

秋风送爽,叠翠流金。在草原最美的季节,来自全国近200家媒体的社长、总编辑齐聚呼和浩特,碰撞智慧火花,分享典型经验,共同探讨媒体赋能城市形象的新思路。在8月7日举行的2024全国党媒赋能城市形象交流会暨“百家党媒社长、总编辑看呼和浩特”活动中进行了主题演讲,并开启以《城市形象传播热潮下的融媒体中心传播和经营破局机遇》为主题的高端对话,可谓精彩不断,亮点纷呈。

主题演讲



碰撞智慧火花 共话融媒发展

“什么是新质生产力?根据马克思主义经济学说,只有能够带来新的生产方式才能称为新质生产力。”中国人民大学新闻学院教授、博士生导师宋建武围绕《以新质生产力推动基层主流媒体高质量发展》主题,就什么是社会信息交互领域的新质生产力、正确理解全媒体传播体系的内涵、基层主流媒体如何发展和运用新质生产力、相关技术应用以及智慧媒体等方面展开论述。

支付宝数字政务行业总监韩东旭:

数字政务助力城市形象传播

“支付宝数字政务发展至今已经10年,在此期间,我们积极与各地政府部门合作,助力各地政府部门实现政务服务数字化升级。截至目前,支付宝已成功上线超过1万多项政务服务,服务网络覆盖全国超过300座城市,年度惠及用户突破7亿人次。”支付宝数字政务行业总监韩东旭围绕“数字政务助力城市形象传播”作了主题演讲。

湖南广电原技术总监龙成都:

媒体定向的AI技术如何降本创收的具体应用

“我认为目前AI技术服务于媒体包括两个方面,一是帮助媒体节约成本提高效率,二是通过这项技术增加媒体的盈利能力,我们针对媒体需求定向研发的两个产品分别是取悦AI数字人训练大模型和AI广播系统。”湖南广电原技术总监龙成都表示,这两个产品具有广阔的市场。

宋建武认为,当代人类信息交互领域的新质生产力体现在“以互联网为核心的现代信息技术”的应用上,概括而言,就是数据化及其应用。因此,要用好以互联网为核心的现代信息技术,建议开放平台,实现全过程群众广泛参与。同时,要通过产品创新实现功能创新,以新技术提升媒体发现力、传播力和内容呈现力,以服务提升对群众和社会资源的聚合能力。

“服务产生连接,连接产生社交,无社交,不传播。”就如何正确理解全媒体传播体系的内涵等方面,宋建武说,从国内外互联网传播的实际看,具备多重垂直服务功能的综合性平台往往具有更强更广泛的用户吸附能力,客观上拥有更大的社会连接力、传播力和影响力。“全媒体传播体系是各级各类新型主流媒体全方位协同的结果,单一媒体机构难以独立完成全媒体传播体系的建设任务。”宋建武说,当今,全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,其中,全效媒体就是拓展出服务功能之后,植根于互联网连接基础上的新型平台型媒体形态,这一形态的新型主流媒体,通过平台来服务群众,进而组织群众、宣传群众、引导群众、寓教于服务之中。

展望未来,韩东旭表示:“支付宝数字政务将继续围绕民生热点和办事刚需两大核心,提升用户对公众事件的关注度与参与度。同时,深化对1万多项政务服务的运营推广,通过政策解读与办事指南的精准推送,引导用户高效办理业务,形成完整的用户服务闭环,让数字政务助力城市形象传播。”

以新质生产力推动基层主流媒体高质量发展

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师宋建武:

重庆日报报业集团党委书记、社长向泽映:

主流舆论如何引导城市传播爆点

“根据权威平台统计,重庆市长期位居国内旅游热门目的地前十,在入境游热门城市中,重庆排到第九位,海外网络传播力位居西部第一、全国第五。取得这些成绩,我们党媒在其中作出了重要贡献、发挥了重要作用。”重庆日报报业集团党委书记、社长向泽映介绍,主要体现在四个“全”。

一是以全案传播为重点,精准定位塑形象。全案传播强调多方面协同与整合,以达到最佳传播效果和影响力。比如,重庆日报以“中国梦”主题宣传为契机,启动“逐梦他乡重庆人”全媒体大型主题宣传活动,深入挖掘和广泛传播500多名在异乡奋斗的重庆人的故事,点击量突破3.5亿人次,起到了激发正能量、凝聚“中国梦”认同感和归属感作用。

二是以全媒体传播为支点,立体覆盖展风采。积极构建“报、网、端、微、屏”五位一体的

全媒体传播新格局,用活用好人工智能等先进技术,协同第三方平台,相互赋能,不断扩大影响力。目前,重庆日报报业集团已发展成为拥有百余个媒体平台的全媒体新型传媒集团,全媒体覆盖人数超7亿。这样巨大的流量基础,在城市形象传播中发挥了重要作用。

三是以全链条传播为亮点,深度联动强效应。强调传播活动的广泛性和连续性,不只是局限于传统媒体渠道,还涵盖了活动、评选、论坛、项目等多个领域、环节的联动,有助于构建更加完整、立体、高效的传播生态,进一步延续和强化传播链条。

四是以全员传播为特点,同频共振扬士气。当前,已进入“人人都有麦克风”的时代,传播不再是媒体单打独斗,而是要倡导全民动员、全员参与,从而进一步提升传播力,增强报道后续的影响力。

徐州报业传媒集团党委委员、副总编辑曲美慧:

打造党媒IP 提升城市形象

“党媒对于城市形象塑造具有更加丰富多元的参与渠道,而不只是发挥宣传这一简单功能,要让媒体成为城市最醒目的IP。”徐州报业传媒集团党委委员、副总编辑曲美慧在高端对话中提出了这一创新性意见。

随着全媒体时代不断发展,塑造和传播城市形象需要洞察力与创造力,与传统文化、热点等相结合,全方位、多角度丰富城市形象。曲美慧以徐州为例,分享了一条探索性路径——深度参与中国现代史徐州新实践。

无中生有,成为城市IP。曲美慧介绍,2022年文言文新闻《苏轼带你游园博》爆火后,以“苏轼”为主的卡通形象、真人秀、实景剧频频出现,并延伸出表情包、系列视频、手办等

产品,成为徐州报业传媒平台的特色IP。除此之外,每年举办的端午龙舟赛、大型车展等活动也成为提升城市形象的名片。

做强联手,转变城市品牌。徐州报业传媒集团从2021年起,积极打造汉风号App,3年共上线几十项政务类活动,同时,以汉风号App为技术底座,与徐州市教育局联合开发家校社共育平台,成为当地教育系统最显著的品牌。

资源汇集,变为城市导向。“徐州报业传媒集团从去年年底开始关注鸿蒙城市建设,一直与华为、软通等公司保持密切联系,在集团的主导推进下,淮海经济区鸿蒙研究院将正式成立。”曲美慧说。

金华市新闻传媒中心小记者运营总监周看成:

教育与媒体融合的创新实践——小记者云平台

“在要适应分化化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局的要求下,全国众多媒体同行将教育领域作为转型发展的重要突破点之一。在此过程中,金华小记者云平台应运而生。通过平台化全流程运营,助力金华小记者队伍规模从2020年的1.8万人扩大到目前的5万人,平台用户数飙升至50万人,年营收规模达3000万元。”金华市新闻传媒中心小记者运营总监周看成说。

“我们致力于通过订阅服务、招募机制和定制化活动,不断增强用户粘性,推动平台业务稳健增长和客户满意度持续提升。”周看成介绍,“在平台化运营策略中,我们创新运营模式,丰富平台内容,通过技术手段从零开始构建产业生态,围绕媒体、小记者、学

校、老师、家长、商圈打造数字化全流程管理,提供征稿、活动、投稿、培训、生活、服务等一站式数字化管理平台,实现订户转用户、精准触达,大数据沉淀和用户价值发掘。同时,还通过制作二维码完成公众号关注、订报、小记者注册等基础业务,实现用户的快速聚集,推动教育内容的多元化和深耕本地化。”

“在数字化的浪潮中,我们不仅是见证者,更是参与者和引领者。”周看成说,“小记者云平台是我们对未来教育的一次大胆探索。我们希望构建一个全国性的青少年教育专属平台、少年行业服务平台,通过共创共赢理念,为青少年提供更高质量的教育资源,共同塑造教育的未来。”

无锡观察融媒中心副总编辑丁晴:

IP WUXI城市形象传播平台将发挥更大作用

“IP WUXI城市形象传播平台是去年年底无锡日报报业集团与无锡市政府新闻办合作的一个项目,也是无锡市正在全力打造的一个全新的外宣平台。”无锡观察融媒中心副总编辑丁晴说,这个平台已被无锡市委宣传部纳入“无锡市加快推进媒体深度融合发展重点实施项目”。

IP WUXI城市形象传播平台与以往的政务发布平台不同,气质更具文艺范,更年轻化、更具时尚感,也更具备可视性与互动性。同时它又是一个非常多元的平台,不仅有城市对外宣传、文化传播的功能,同时还拓展到创意产品生产、会展活动策划等领域。这个项目是无锡日报报业集团探索多元转型的一次尝试,充分利用主流媒体优势,吸引政府部门资源,通过与政府部门深度合作,借助政府部门影响力,做强新平台,开拓新市场,进一步拓宽新闻+政务商务服务路径,实现媒体的

深度转型,这是集团以项目为抓手实现党媒赋能城市形象宣传的一次创新探索。丁晴介绍,“1+2+N”媒体融合创新项目,是指一个工作室(“IP WUXI”工作室)、两个产品体系(“IP WUXI”城市形象资源库三端平台+“IP WUXI”全媒体矩阵)、N项周边开发(以“IP WUXI”出版中心为统领的文化活动+文化会展+文创商业营销等)。

除了这个项目,无锡日报报业集团在国际传播方面也作了新一轮部署。不久前,无锡日报社与韩国中央日报社签署战略合作备忘录,并与香港商报达成战略合作协议,这也是集团提升国际传播能力的新举措。9月份,集团还将挂牌成立报业集团国际传播中心,全面统筹和规划集团的国际传播工作,整合聚力集团各类外宣资源、平台,提升国际传播整体能力,推动报业城市形象传播工作高质量发展。

贵州日报当代融媒体集团信息传播中心《科技》专刊工作室副总监曾帅:

立体化传播 全力助推“村超”火爆出圈

“去年夏天,我们通过多媒体传播手段成功将贵州榕江和美丽乡村足球超级联赛这一‘村超’草根赛事,打造成具有广泛影响力和传播力的品牌赛事和贵州文旅品牌。”贵州日报当代融媒体集团信息传播中心《科技》专刊工作室副总监曾帅,用三个关键词分享了贵州日报在“村超”宣传上的成功经验。

第一个关键词是“深度”。在“村超”赛事期间,贵州日报在客户端、网端陆续推出“村超来了”等专题报道,并通过开设“看见村超”“看见村超”等系列专栏报道,深入挖掘赛事背后的故事。贵州日报在报道“村超”时,对“村超”的成功经验和未来发展进行深入探讨和分析,如在头条头条推出调研报告《群众创造历史 创新引领发展——从村BA村超看西部欠发达地区中国式现代化的生动实践》,深受关注。

第二个关键词是“广度”。在报纸版面上,贵州日报通过深度文章、图片新闻等形式,对赛事盛况和影响力进行全面展示,并通过客户端和网端实现全天候、全方位报道。同时,利用微信、微博、抖音、快手等平台,进行碎片化、互动化传播,进一步扩大“村超”知名度和影响力,有效提升“村超”传播广度和覆盖面。

第三个关键词是“热度”。贵州日报创作的4篇融媒体报道获得中央网信办全网推送,其中,《贵州“村超”为什么火?》这里有中国乡村幸福的模样》入选中央网信办2023中国正能量网络精品“网络正能量文字”。为持续提升“村超”全网热度,贵州还通过抖音、快手、视频号等平台,对“村超”进行全过直播,聚集了一批“发烧友”对赛事持续关注,在微博上开启的100余个相关话题还登上了热搜榜单,总阅读量超3800万次。

呼和浩特市融媒体中心党委副书记、总编辑林白:

深化改革加速深度融合 打造内蒙古融媒体新样板

“自2023年1月启动改革至今,呼和浩特市融媒体中心已形成了以‘青橙融媒’客户端为主阵地,微信、微博、抖音等移动端传播平台为支撑,加以5个广播频率、3个电视频道、3张报纸,构建起了‘报、台、网、微、端、云’全媒体传播矩阵。”呼和浩特市融媒体中心党委副书记、总编辑林白,通过三个词分享了呼和浩特市融媒体中心的融合之路。

第一个词是“破立并举”。杜绝简单的“物理融合”,撤并22个传统媒体部门,新设立12个新媒体部门,将原属3个媒体的41个部门理顺重组为30个部门,更加注重新媒体发展,注重移动端优先,把优质资源、人员向新媒体集合,真正实现从“相加”到“相融”。

第二个词是“点面结合”。改革不仅是媒体流程再造,更是产业重新布局,作为公

益二类事业单位,呼和浩特市融媒体中心在改革之初,同步考虑聘用人员收入问题。成立了青橙融媒文化传媒有限责任公司,青橙融媒科技有限公司、青橙融媒广告传媒有限公司、内蒙古乳业时报传媒有限公司,努力实现自我良性造血。改革之后,聘用人员均增长工资1000多元/月,极大激发了职工工作热情和创造力。

第三个词是“稳中求进”。部门设置后,呼和浩特市融媒体中心实行科级干部全员竞聘上岗,大力选拔年轻业务骨干。在呼和浩特市市委相关部门大力支持下,2023年7月,79名科级干部如期上任。通过此次调整,全中心干部从原来的平均51岁降到44岁,80后副科级干部人数由11人增加到39人,干部梯队更加合理化、年轻化、专业化。随后又实行了普通职工双向选择,整体的人员安置平稳有序。

高端对话

